

# **MOTIF DAN KEPUASAN MENONTON PROGRAM ANIMASI ANAK DI TELEVISI**

**(Studi *Discrepancy* Motif dan Kepuasan dalam menonton Adit Sopo Jarwo di kalangan  
siswa-siswi kelas IV dan V SD Negeri 02 & SD Negeri 03 Jatipuro melalui pendekatan  
*Uses and Gratification*)**



**Disusun sebagai salah satu syarat menyelesaikan Program Studi Strata I pada  
Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Komunikasi dan Informatika**

Oleh :

**BANU PRADIPTO**

**L100090173**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS KOMUNIKASI DAN INFORMATIKA  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA**

**2017**

## HALAMAN PERSETUJUAN

### MOTIF DAN KEPUASAN MENONTON PROGRAM ANIMASI ANAK DI TELEVISI

(Studi *Discrepancy* Motif dan Kepuasan dalam menonton Adit Sopo Jarwo di kalangan siswa-siswi kelas IV dan V SD Negeri 02 & SD Negeri 03 Jatipuro melalui pendekatan *Uses and Gratification*)

### PUBLIKASI ILMIAH

Oleh :

**BANU PRADIPTO**  
**L100090173**

Telah diperiksa dan disetujui untuk diuji oleh :

Dosen Pembimbing



**Agus Triyono, M.Si**  
**NIK. 1105**

## HALAMAN PENGESAHAN

### MOTIF DAN KEPUASAN MENONTON PROGRAM ANIMASI ANAK DI TELEVISI

(Studi *Discrepancy* Motif dan Kepuasan dalam menonton Adit Sopo Jarwo di kalangan siswa-siswi kelas IV dan V SD Negeri 02 & SD Negeri 03 Jatipuro melalui pendekatan *Uses and Gratification*)

Oleh  
BANU PRADIPTO  
L100090173

Telah di pertahankan di depan Dewan Penguji  
Fakultas Ilmu Komunikasi dan Informatika  
Universitas Muhammadiyah Surakarta  
**Pada hari Kamis, 31 Agustus 2017**  
dan dinyatakan telah memenuhi syarat

Dewan Penguji :

1. Agus Triyono, M.Si  
(Ketua Dewan Penguji)

(.....)

2. Sidiq Setyawan, M.I.Kom  
(Anggota I Dewan Penguji )

(.....)

3. Budi Santoso, M.Si  
(Anggota II Dewan Penguji)

(.....)



Dekan,

Dr. Nurgiyatna, S.T., M.Sc.  
NIK : 881

## PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa dalam naskah publikasi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan orang lain, kecuali secara tertulis diacu dalam naskah dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Apabila kelak terbukti ada ketidakbenaran dalam pernyataan saya di atas, maka akan saya pertanggungjawabkan sepenuhnya.

Surakarta, *20 Juni* ..... 2017

Penulis



**BANU PRADIPTO**

**L1000901173**

## **MOTIF DAN KEPUASAN MENONTON PROGRAM ANIMASI ANAK DI TELEVISI**

**(Studi *Discrepancy* Motif dan Kepuasan dalam menonton Adit Sopo Jarwo di kalangan siswa-siswi kelas IV dan V SD Negeri 02 & SD Negeri 03 Jatipuro melalui pendekatan *Uses and Gratification*)**

**Banu Pradipto** ([Roestinbanoe@gmail.com](mailto:Roestinbanoe@gmail.com))

Program Studi Ilmu Komunikasi  
Fakultas Komunikasi dan Informatika  
Universitas Muhammadiyah Surakarta

### **ABSTRAK**

Keberadaan media massa khususnya televisi saat ini diminati dan disukai oleh masyarakat luas. Sebagai media massa, televisi merupakan bagian dari industri media massa yang paling di gemari orang saat ini. Khususnya pada anak-anak yang menonton televisi dengan tayangan film animasi Adit Sopo Jarwo merupakan program acara yang aman bagi anak. Selain bermanfaat untuk menghibur, tapi juga memberikan banyak manfaat. Manfaat tersebut misalnya dalam hal pendidikan, seperti memberikan motivasi, mengembangkan sikap percaya diri, dan penanaman nilai-nilai positif dalam kehidupan sehari-hari. Peneliti ingin mengetahui tingkat kesenjangan antara motif dan kepuasan penonton tayangan Adit Sopo Jarwo khususnya pada siswa-siswi kelas IV dan V SD Negeri 02 & SD Negeri 03 Jatipuro. Metode dalam penelitian ini adalah kuantitatif. Teknik pengambilan sampel menggunakan *random sampling*. Pengumpulan data menggunakan kuesioner dan teknik analisis data yang digunakan adalah kesenjangan atau *discrepancy*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa tingkat kesenjangan antara motif dan kepuasan siswa-siswi kelas IV dan V SD Negeri 02 & SD Negeri 03 Jatipuro dalam menonton Adit Sopo Jarwo di Trans7 sebesar 72,8% dilihat dari motif yang ada, termasuk kategori tinggi.

**Kata kunci:** Motif, Kepuasan, Kesenjangan, Media Massa, Tayangan Televisi.

### **ABSTRACT**

*The existence of mass media, especially television is currently in demand and favored by the wider community. As a mass media, television is part of the mass media industry most loved by people today. Especially in children who watch television with animated film Adit Sopo Jarwo is a safe program for children. Besides useful to entertain, but also provide many benefits. Such benefits for example in terms of education, such as providing motivation, develop a confident attitude, and planting positive values in everyday life. Researchers want to know the level of gap between motion and satisfaction of spectators impressions Adit Sopo Jarwo especially on the students of grade IV and V SD Negeri 02 & SD Negeri 03 Jatipuro. The method in this research is quantitative. Sampling technique using random sampling. Data collection using questionnaires and data analysis techniques used were gaps or discrepancies. The results showed that the level of gap between the motives and satisfaction of students of grade IV and V SD Negeri 02 & SD*

*Negeri 03 Jatipuro in watching Adit Sopo Jarwo in Trans7 72.8% seen from the existing motifs, including high category.*

**Keywords:** *Motive, Satisfaction, Gap, Mass Media, Television Show.*

## **1. PENDAHULUAN**

Komunikasi merupakan bagian dari kehidupan yang tidak dipisahkan, setiap manusia lahir sudah melakukan komunikasi. Sebagai makhluk sosial, manusia selalu ingin berhubungan dengan manusia yang lain. Hubungan tersebut membutuhkan komunikasi agar terhubung antara manusia satu dengan yang lain yang disebut dengan komunikasi massa. Bitner (Rakhmat, 2008) komunikasi massa adalah pesan yang dikomunikasikan melalui media massa pada sejumlah besar orang (*mass communicataion is message communicated through a mass medium to a large number of people*).

Media yang termasuk media komunikasi adalah radio siaran dan televisi keduanya dikenal dengan media elektronik. Pada era seperti sekarang, banyak acara televisi yang di gemari oleh pemirsa. Sebagai media massa, televisi merupakan bagian dari industri media massa yang paling di gemari dan dicari orang saat ini. Setiap media mempunyai kelebihan dan kekurangan. Televisi mempunyai kelebihan sebagai media penerangan dan hiburan yang paling digemari masyarakat, melalui televisi kita dapat melihat suatu peristiwa secara langsung dari tempat kejadian. Selain itu televisi juga memiliki daya tarik untuk ditonton berbagai lapisan golongan pemirsa. Dari mulai anak anak, remaja, dan dewasa. Tentunya terpaan media tersebut lambat laun akan mempengaruhi perilaku budaya, sosial dan politik audiens, media televisi sangat selektif dengan hal tersebut (Nugroho dan Purnomo, 2008).

Sekarang ini bisa dikatakan waktu yang digunakan oleh anak di depan televisi telah melebihi waktu belajar, bermain ataupun waktu bersama keluarga. Program acara anak seharusnya memberikan sesuatu yang berguna bagi anak-anak. Dengan program tayangan anak yang memberikan pendidikan, tentunya akan memacu kreatifitas anak tersebut agar lebih maju dan berkembang dengan lebih baik. Seperti tontonan Adit Sopo Jarwo merupakan animasi karya asli Indonesia produksi MD animation. Cerita serial yang digarap setidaknya 60 animator ini berkisah tentang persahabatan antar remaja Adit, Dennis, Mitha, Devi, dan Adelya (balita kecil yang cadel). Animasi produksi MD Animation ini dikerjakan oleh 100 persen anak bangsa. Sebagai CEO MD Entertainment, Manoj Punjabi menegaskan bahwa tak ada satupun orang asing yang terlibat dalam pembuatan animasi ini (Solopos.com, 2015/01/11)

Tokoh yang paling menarik dari animasi ini adalah Bang Jarwo dan Sopo yang difungsikan sebagai tokoh antagonis. Dua tokoh ini digambarkan sebagai dua pengangguran yang mencari uang secara instan. Kubu Adit sering berselisih dengan kubu Jarwo, meskipun secara usia mereka berbeda jauh. Namun, perseteruan antara mereka tidak sampai melibatkan emosi atau benturan fisik. Melainkan hanya perselisihan kata-kata dan perang strategi. Ada juga Haji Udin seorang ketua RW yang selalu memberikan petuah-petuah untuk menghentikan keisengan Sopo dan Jarwo. Animasi Adit Sopo Jarwo ditayangkan setiap hari, pukul 17.00 WIB (Sumber : TransTV).

Adit Sopo Jarwo merupakan program acara yang aman bagi anak. Bukan hanya menghibur, tapi juga memberikan banyak manfaat. Manfaat tersebut misalnya dalam hal pendidikan, seperti memberikan motivasi, mengembangkan sikap percaya diri, dan penanaman nilai-nilai positif dalam kehidupan sehari-hari. Adit Sopo Jarwo memang animasi yang berbeda dari biasanya. Jika kebanyakan animasi anak-anak mengambil tema fantasi. Adit Sopo Jarwo lebih menunjukkan kehidupan anak-anak yang tengah menikmati masa cerianya. Seperti permainan tradisional, akrab bersosialisasi dengan teman-temannya dan sopan kalau berhadapan dengan orang yang lebih tua.

Animasi ini mengangkat kisah dan kehidupan anak-anak Indonesia. Adit Sopo Jarwo kerap menghadirkan tokoh-tokoh Tanah Air. Sebelumnya sudah pernah hadir tokoh animasi Armand Maulana Gigi dan juga Cherry Belle bahkan BJ Habibie dalam episode spesial. Tema episode spesial itu adalah "Ada Eyang Semua Senang". Tokoh BJ Habibie dikisahkan sebagai eyang Dennis. Dalam video cuplikan yang diunggah Twitter MNCTV, Dennis tampak sangat senang menyambut eyangnya yang turun dari mobil mewah. Eyang BJ Habibie juga bercerita tentang perjalanan hidupnya selama di Jerman. Tokoh eyang Dennis itu juga mengenakan batik khas Indonesia. Dalam episode ini, BJ Habibie bakal bertukar cerita soal impiannya bisa bikin pesawat. (wowkeren.com, 2017/09/19)

Program animasi anak di atas bisa memberikan daya tarik tersendiri bagi banyaknya program acara televisi yang kurang mendidik saat ini. Acara tersebut memberikan nilai-nilai pengetahuan dan wawasan yang luas terhadap anak-anak. Adit Sopo Jarwo mampu menghadirkan tayangan yang sangat bermanfaat bagi perkembangan pengetahuan dan pendidikan anak. Memberi pandangan kepada anak-anak terhadap berbagai macam budaya dan bermacam-macam contoh permainan yang ada di Indonesia. Munculnya Adit Sopo Jarwo di TransTV memberi banyak pilihan bagi anak-anak untuk memperoleh hiburan

yang baik untuk mereka. Tetapi sebaik apapun acara tersebut, semua akan kembali kepada anak-anak untuk bebas memilih program acara mana yang mereka sukai. Anak-anak bebas untuk memilih media yang dipergunakan untuk memenuhi kebutuhannya. Selanjutnya mereka akan tetap memilih satu media atau berganti ke media lain, tergantung dari motif dan kepuasan yang mereka peroleh (Nugroho dan Purnomo, 2012)

Keputusan untuk menggunakan media tertentu, berhubungan dengan factor kepuasan yang diperoleh dari media tersebut. Setiap khalayak memiliki pertimbangan sendiri untuk menentukan media yang dipilihnya. Faktor-faktor psikologis juga berperan dalam memotivasi pengguna media. Faktor psikologis seperti kepercayaan, nilai-nilai dan persepsi mempunyai pengaruh dalam pencarian kepuasan oleh khalayak. Keadaan ini berlaku juga pada anak-anak, sebagai pemirsa televisi mereka akan mencari program mana yang akan memenuhi harapan-harapannya, serta tingkat kepuasan yang diperolehnya (Effendy, 2005). Karena setiap anak mempunyai latar belakang dan motif yang berbeda-beda, tentunya berbedapula program acara mana yang mereka anggap menarik. Mempelajari tentang aktifitas penggunaan media dan memperhatikan apa yang dilakukan orang terhadap media dapat dilakukan melalui tehnik pendekatan yang dikenal dengan nama *Uses and gratification*.

Penelitian ini menggunakan model *Uses and Gratification* atau penggunaan dan Pemenuhan (kepuasan) model ini merupakan pengembangan dari teori atau model jarum hipodermik. Model ini tidak tertarik pada apa yang dilakukan orang terhadap media. Namun, khalayak dianggap secara aktif menggunakan media untuk memenuhi kebutuhannya. *Uses and Gratification* menunjukkan bahwa yang menjadi permasalahan utama bukanlah bagaimana media mengubah sikap dan perilaku khalayak, tetapi bagaimana media memenuhi kebutuhan pribadi dan sosial khalayak. Khalayak dianggap secara aktif dengan sengaja menggunakan media untuk memenuhi kebutuhan dan mempunyai tujuan. Teori ini memusatkan perhatian pada penggunaan (*uses*) isi media untuk mendapat kepuasan (*Gratification*) atas pemenuhan kebutuhan seseorang dan dari situlah timbul istilah *Uses and Gtarification*. Sebagian besar perilaku khalayak akan dijelaskan melalui berbagai kebutuhan dan kepentingan individu (Rakhmat, 2003).

Apin (2009) menyatakan dalam “studi tentang kesenjangan kepuasan dalam menonton Sahabat Katulistiwa di Trans7 dan si Bolang jalan-jalan minggu di Trans 7 di kalangan siswa-siswi kelas IV dan V SDN 1 Karanganyar melalui pendekatan *uses and*



*gratifications*”. Riset ini didasari pada tingkat kepuasan yang diharapkan responden terhadap acara tersebut. Walaupun ada beberapa responden yang tidak mendapatkan kepuasan, akan tetapi secara keseluruhan program acara Si bolang jalan-jalan minggu dan Sahabat katulistiwa sudah mampu untuk memuaskan kebutuhan-kebutuhan responden.

Penelitian lain yang pernah dilakukan Taufik (2013), mengenai “studi diskriptif tentang kesenjangan kepuasan dalam menonton program Pesbuker dan *Comedy project* di Trans TV periode Juli – September 2012 di kalangan mahasiswa S1 televisi dan film ISI Surakarta melalui pendekatan *uses and gratifications* “. Sebagian besar responden mencari pemenuhan atas kebutuhan-kebutuhannya dalam menonton kedua program komedi ini. Sehingga responden memiliki harapan yang tinggi terhadap kebutuhan dan kepuasan berdasarkan studi yang dilakukannya.

Pendekatan *Uses and Gratifications* sebagai *grand theory*, terdapat model penelitian yang di perkenalkan oleh *Palmgreen*. Dia membuat model untuk mengukur kesenjangan kepuasan (*Gratifications Discrepancy*) antara kepuasan yang di cari atau diharapkan khalayak jika ia menggunakan media tertentu (*Gratifications Sought*) dengan kepuasan nyata yang di peroleh setelah seseorang menggunakan media massa tersebut (*Gratifications Obtained*) (Kriyantono, 2008).

Atas dasar teori tersebut, dalam penelitian ini, peneliti menggunakan konsep *Palmgreen* tersebut untuk mendapat gambaran tentang kebutuhan apa saja yang ingin di carikan pemuasanya melalui media massa, pola penggunaan, dan kepuasan yang dalam hal ini adalah tayangan Adit Sopo Jarwo, sehingga diketahui kesenjangan kepuasan yang muncul, serta media mana yang lebih disukai dan sering digunakan khalayak (Kriyantono, 2008).

Peneliti mengambil responden dari siswa-siswi kelas IV dan V dari SD Negeri 02 & SD Negeri 03 Jatipuro. Pemilihan responden ini mempertimbangkan bahwa tokoh atau objek dalam program acara tersebut juga merupakan anak-anak, yang juga seumuran dengan siswa-siswi kelas IV dan V, sehingga ada kedekatan emosional antara responden dengan tokoh dalam animasi tersebut. Penulis tidak meneliti kelas VI karena dalam waktu dekat ini sedang akan menjalani UAN sekolah dasar. Selain alasan sebelumnya, penulis juga menganggap anak-anak tersebut sudah mampu untuk memilih program acara yang sesuai dengan kebutuhan yang ingin mereka peroleh, yaitu kepuasan. Oleh karena itu,

dengan penelitian ini peneliti ingin meneliti motif dan tingkat kepuasan pada program acara tersebut.

### **1.1. Telaah Pustaka**

Teknologi semakin lama semakin maju, sehingga menciptakan berbagai perubahan yang juga mengetahui proses berkomunikasi dalam masyarakat. Komunikasi telah mencapai suatu tingkatan dimana orang mampu berbicara dengan jutaan manusia secara serentak dan serempak. Hal tersebut dapat terjadi karena munculnya media-media yang diciptakan, sehingga proses komunikasi menjadi semakin mudah. Komunikasi yang terjadi kemudian disebut, sebagai suatu komunikasi massa.

#### **1.1.1. Komunikasi Massa**

Komunikasi massa adalah komunikasi yang ditujukan kepada massa, kepada khalayak atau masyarakat luas dan melalui media massa seperti media elektronik (televisi, radio, dan internet) dan media cetak (surat kabar, majalah, brosur dan lain-lain). Menurut Jay Black dan Frederick C (Nurudin, 2007) mereka menyatakan bahwa komunikasi massa adalah sebuah proses dimana pesan-pesan yang diproduksi secara massal/tidak sedikit itu disebarkan kepada massa penerima pesan yang luas, anonim, dan heterogen. Luas disini berarti lebih besar daripada sekedar kumpulan orang yang berdekatan secara fisik sedangkan anonim berarti individu yang menerima pesan cenderung asing satu sama lain. Heterogen berarti pesan dikirim kepada orang-orang dari berbagai macam status, pekerjaan, dan jabatan dengan karakteristik yang berbeda satu sama lain dan bukan penerima pesan yang homogen. Komunikasi massa lebih sering disalurkan dengan pemancar-pemancar audio atau visual.

Komunikasi massa secara mudah dapat di artikan sebagai komunikasi yang dilakukan melalui komunikasi massa, jelasnya merupakan singkatan dari komunikasi media massa (*mass media communication*). Fungsi komunikasi massa pun bisa menjadi sangat sederhana, yaitu: menyampaikan informasi (*to Inform*), mendidik (*to educate*), menghibur (*to entertaint*), dan mempengaruhi (*to influence*) (Baran, 2012).

### 1.1.2. Media Massa

Komunikasi massa disampaikan melalui media massa yang menghasilkan sebuah produk berupa pesan-pesan komunikasi. Produksi tersebut disebarkan kepada khalayak secara terus menerus dalam jarak waktu yang tetap, misalnya harian, mingguan, bulanan dan seterusnya memproduksi pesan tidak dapat melalui perorangan melainkan harus membutuhkan suatu teknologi tertentu sehingga komunikasi massa akan banyak dilakukan oleh masyarakat (Cavalcanti, dkk., 2017).

*Edwards* (2017) berpendapat bahwa media massa berperan sebagai penyebar informasi sesuai fungsinya serta pembentuk opini publik yang kemudian berkembang menjadi penyeragaman opini dan selera. Kekuatan media dalam hal ini tidak lain adalah dalam mengkonstruksi realitas media yaitu sebuah realitas yang dikonstruksi berdasarkan sistem yang direkayasa oleh media tersebut dengan tujuan salah satunya adalah meraih keuntungan finansial dari publik yang mengkonsumsi semua jenis komoditi yang ditawarkan.

Media massa menjadi sesuatu yang terpenting agar fungsi-fungsi komunikasi tersebut dapat terrealisasikan. Media telah menjadi sumber dominan bukan saja bagi individu untuk memperoleh gambaran dan citra realitas sosial tetapi juga bagi masyarakat dan kelompok massa secara kolektif; media menyuguhkan nilai-nilai dan penilaian normatif yang dibaurkan dengan berita dan hiburan.

Penulis dalam penelitian ini memfokuskan diri pada komunikasi media massa elektronik yaitu media televisi. Seperti yang di kemukakan Nugroho dan Purnomo (2012): “ Komunikasi massa media televisi adalah proses komunikasi massa antara komunikator dengan komunikasi melalui sebuah sarana, yaitu “televisi”. Televisi adalah kegiatan penyampaian pesan dengan menggunakan media audio dan visual. Televisi apabila dibandingkan dengan media lainnya memang memiliki kelebihan, antara lain sifatnya yang audio visual mampu ditayangkan secara langsung maupun secara rekaman. Kalau peristiwa itu disiarkan secara langsung, jelas sebagai media massa akan sangat menguntungkan dan menentukan

eksistensinya. Televisi sebagai sarana komunikasi massa yang lahir ke dunia berkat perkembangan teknologi elektronika. Televisi sebagai media massa yang sangat besar manfaatnya, karena dalam waktu yang relatif singkat mampu menjangkau wilayah dan jumlah penonton yang tidak terbatas.

Media massa berbeda dengan media lain salah satunya karena media massa mampu memberikan kecepatan informasi. Akan tetapi kecepatan informasi ini juga menuntut sumber daya manusia yang dinamis dan adaptif (Purworini, 2014). Media massa televisi menuntut para pengelola untuk cepat tanggap dalam memberikan informasi yang diinginkan publik. Hal ini berdampak pada perlunya alokasi tanggung jawab pengelola televisi dalam mengelola media massa.

Menurut (McQuail, 2002) penggunaan media tergantung dari pemilihannya terhadap fungsi media tersebut atau dapat dikatakan sebagai motif penggunaan media. Effendy pada bukunya "Ilmu Teori dan Filsafat Komunikasi" (2005) menyebutkan tiga fungsi televisi, yaitu:

a). Fungsi Informasi (*information function*) televisi merupakan media yang mampu menyiarkan informasi secara memuaskan. Hal ini karena terdapat dua hal yang terdapat didalamnya, *immediacy* dan *realism*. *Immediacy* mencakup pengertian langsung dan dekat. Peristiwa yang disiarkan oleh stasiun televisi dapat dilihat dan didengar oleh para pemirsa saat peristiwa itu berlangsung, seolah-olah mereka berada ditempat kejadian itu berlangsung. Sedangkan *realism* mengandung makna kenyataan, dimana televisi menyiarkan secara audio visual sesuai dengan fakta. b). Fungsi Pendidikan (*educational function*) Sebagai media massa, televisi merupakan media yang ampuh untuk menyiarkan acara pendidikan kepada khalayak yang jumlahnya banyak secara simultan. Sesuai dengan pendidikan, yakni meningkatkan pengetahuan dan penalaran masyarakat, televisi menyajikan acara-acara tertentu secara implisit mengandung pendidikan seperti film, kuis dan sebagainya yang disebut *Education Television (ETV)*, yaitu acara pendidikan yang disisipkan pada acara yang sifatnya umum. Karena keampuannya itulah, fungsi pendidikan yang dikandung televisi

ditingkatkan lagi, sehingga dinamakan sarana pendidikan jarak jauh yang disebut *Instruction Television (ITV)*. c). Fungsi Hiburan (*entertainment function*) Fungsi hiburan yang melekat pada televisi sangat dominan. Televisi memberikan hiburan, mengisi waktu luang, dan bersantai bagi masyarakat setelah seharian penuh bekerja maupun melakukan kegiatan lainnya. Juga digunakan untuk melepaskan diri dari rutinitas, tekanan, dan masalah, sarana pelepasan emosi, kebutuhan akan hiburan.

Anak-anak sekarang sudah dimanjakan dengan banyaknya barang-barang elektronik seperti smartphone, komputer dan lain-lain. Namun, tidak sedikit anak-anak yang masih suka dengan menonton acara-acara televisi, yang membuat mereka selalu betah untuk berhadapan dengan televisi. Penggunaan media merupakan salah satu cara khalayak untuk memenuhi kebutuhan akan kepuasan. Untuk itu perlu adanya acara yang juga mengutamakan fungsi pendidikannya, menghibur tetapi juga bermanfaat bagi pertumbuhan kejiwaan anak-anak.

Besar kecilnya efek kepuasan sifatnya sangat relatif tidak sama dengan tiap-tiap individu. Namun, sekecil apapun kepuasan yang diperoleh khalayak sudah merupakan efek dari penggunaan media tersebut. Dalam acara animasi Adit Sopo Jarwo tidak dapat dipungkiri fungsi hiburan lebih dominan dibandingkan dengan ketiga fungsi televisi lainnya. Hal ini dapat dimengerti, oleh karena televisi dapat menampilkan gambar hidup serta suaranya bagaikan kenyataan, dan dapat dinikmati di rumah untuk menghibur tiap-tiap keluarga.

### **1.1.3. Teori *Uses and Gratifications***

Efek media masa pada khalayak merupakan salah satu bidang kajian ilmu komunikasi yang selalu menarik untuk diperbincangkan. Mempelajari tentang aktifitas penggunaan media dan memperhatikan apa yang dilakukan orang terhadap media dapat dilakukan melalui pendekatan yang dikenal dengan nama *Uses and Gratifications* (Urista, Dong, dan Day, 2017)

Teori ini pertama kali dicetuskan oleh Herbert Blummer dan Elihu Katz. Teori *Uses and Gratification* (kegunaan dan kepuasan) ini mengatakan bahwa pengguna media memainkan peran aktif untuk memilih

dan menggunakan media tersebut yang berarti juga pengguna media adalah pihak yang aktif dalam proses komunikasi. Pengguna media berusaha untuk mencari sumber media yang paling baik di dalam usaha untuk memenuhi kebutuhannya (Baran, 2009). Teori ini tertarik terhadap apa yang dilakukan orang terhadap media, dan sebaliknya tidak tertarik terhadap apa yang dilakukan media kepada khalayak. Khalayak dianggap aktif dalam menggunakan media untuk memenuhi kebutuhannya. Karena penggunaan media hanyalah salah satu cara untuk memenuhi kebutuhan psikologis, efek media dianggap sebagai situasi ketika kebutuhan itu terpenuhi (Nurudin, 2007). Artinya teori *use and gratification* mengasumsikan bahwa pengguna mempunyai pilihan untuk memuaskan kebutuhannya. Penggunaan media adalah salah satu cara khalayak untuk memenuhi kebutuhan akan kepuasan. Besar kecilnya efek kepuasan sifatnya sangat relatif tidak sama pada tiap individu. Namun, sekecil apapun kepuasan yang diperoleh khalayak sudah merupakan efek dari penggunaan media tersebut.

Permasalahan utama dalam teori *uses and gratification* bukanlah bagaimana media mengubah sikap dan perilaku khalayak, tetapi bagaimana media memenuhi kebutuhan pribadi dan sosial khalayaknya. Jadi bobotnya adalah pada khalayak yang aktif, yang sengaja menggunakan media untuk mencapai tujuan khusus. Riset teori *uses and gratification* bermula dari pandangan bahwa komunikasi (khususnya media massa) tidak mempunyai kekuatan mempengaruhi khalayak. Inti dari teori *uses and gratification* adalah khalayak pada dasarnya menggunakan media massa berdasarkan motif-motif tertentu. Media dianggap berusaha memenuhi motif khalayak. Jika motif ini terpenuhi maka kebutuhan khalayak akan terpenuhi. Pada akhirnya media yang mampu memenuhi kebutuhan khalayak akan disebut sebagai media yang efektif (Kriyantono, 2008).

Effendy (2015) merumuskan motif dalam menggunakan media massa, antara lain:

a). Informasi, motif ini berkaitan dengan usaha untuk: (1) Mencari berita tentang peristiwa dan kondisi yang berkaitan dengan lingkungan terdekat, masyarakat, dan dunia; (2) Mencari bimbingan menyangkut berbagai

masalah praktis, pendapat, dan hal-hal yang berkaitan dengan penentuan pilihan; (3) Memuaskan rasa ingin tahu dan minat umum; (4) Belajar, pendidikan diri sendiri, dan (5) Memperoleh rasa damai melalui penambahan pengetahuan. **b).** Identitas pribadi, motif ini berkaitan dengan usaha untuk: (1) Menemukan penunjang nilai-nilai pribadi; (2) Mengidentifikasi diri dengan nilai-nilai lain (dalam media), dan (3) Meningkatkan pemahaman tentang diri sendiri. **c).** Integrasi dan interaksi sosial, motif ini berkaitan dengan usaha untuk: (1) Memperoleh pengetahuan tentang keadaan orang lain, empati sosial; (2) Mengidentifikasi diri dengan orang lain dan meningkatkan rasa memiliki; (3) Menemukan bahan percakapan dan interaksi sosial; (4) Memperoleh teman selain dari manusia; (5) Membantu menjalankan peran sosial, dan (f) Memungkinkan seseorang untuk dapat menghubungi sanak keluarga, teman, dan masyarakat. **d).** Hiburan, motif ini berkaitan dengan usaha untuk: (1) Melepaskan diri atau terpisah dari permasalahan; (2) Bersantai; (3) Memperoleh kenikmatan jiwa dan estetis; (4) Mengisi waktu; dan (5) Penyaluran emosi

Rui dan Stefanone (2016) menjelaskan asumsi-asumsi dasar teori *Uses and Gratification*, yaitu :

Khalayak dianggap aktif, maksudnya sebagian penting dari penggunaan media massa diasumsikan mempunyai tujuan. Dalam proses komunikasi massa banyak inisiatif untuk mengaitkan pemuasan kebutuhan dengan pemenuhan kebutuhan media terletak pada anggota khalayak. Media harus bersaing dengan sumber-sumber lain untuk memuaskan kebutuhannya. Kebutuhan yang dipenuhi media hanyalah bagian dari rentangan kebutuhan manusia yang lebih luas. Banyak tujuan pemilihan media massa disimpulkan dari data yang diberikan anggota khalayak, artinya orang dianggap cukup mengerti untuk melaporkan kepentingan dan motif pada situasi-situasi tertentu. Penilaian tentang arti kultural dari media massa disimpulkan dari media massa harus ditangguhkan sebelum diteliti lebih dahulu oleh orientasi khalayak.

Penjelasan tentang aktifitas akan dijelaskan melalui pendekatan *Uses and Gratifications* dimana dalam sebuah perilaku media yang melibatkan penggunaan sebuah isi media oleh khalayak yang berakibat pada adanya terpaan dalam diri khalayak, merupakan isu atau topik yang di bahas dalam pendekatan *Uses and Gratification*. Dalam pendekatan ini sikap konsisten khalayak terhadap penggunaan media, dikarenakan adanya kepercayaan dan penilaian terhadap media yang menimbulkan suatu harapan tertentu (*Gratifications Sought*). Selanjutnya pola penggunaan media akan memunculkan kepuasan dari pihak yang bersifat relatif (*Gratifications Obtained*) (Rui dan Stefanone, 2017). *Gratifications Sought* (GS) merupakan kepuasan yang dibayangkan akan diterima jika menggunakan media massa tertentu. Sedangkan *Gratification Obtained* (GO) adalah kepuasan nyata yang diperoleh setelah menggunakan media-media tertentu.

## **2. METODELOGI PENELITIAN**

Penelitian ini masuk dalam kategori penelitian tipe deskriptif kuantitatif. Penelitian tipe ini bertujuan untuk memaparkan situasi atau peristiwa yang sedang berlangsung. Penelitian tentang Kesenjangan Kepuasan dalam menonton program animasi Adit Sopo Jarwo dikalangan siswa-siswi SD Negeri 02 dan SD Negeri 03 Jatipuro tidak bertujuan mencari atau menjelaskan hubungan, tidak menguji hipotesis atau membuat prediksi. (Rakhmat, 2003).

Lokasi penelitian ditetapkan di SD Negeri 02 Jatipuro dan SD Negeri 03 Jatipuro, dengan responden adalah siswa-siswi yang duduk di kelas IV dan V. Selain karena akses yang dekat, mereka memiliki waktu yang lebih banyak dibanding dengan kelas VI yang dalam waktu dekat sedang melakukan persiapan UAN.

Data Primer diperoleh menggunakan kuisioner yaitu dengan menyebarkan angket secara langsung kepada responden. Data diperoleh melalui observasi atau pengamatan peneliti, hal ini dilakukan untuk mengidentifikasi siswa- siswi kelas IV dan V SD Negeri 02 & SD Negeri 03 jatipuro yang suka terhadap acara Adit Sopo Jarwo. Data Sekunder diperoleh dari kajian pustaka seperti buku, jurnal, artikel, literatur, situs internet dan sebagainya yang dapat menjadi bahan referensi bagi peneliti.



Metode pengumpulan data yang digunakan adalah metode menggunakan survei, informasi dikumpulkan dari responden dengan menggunakan kuesioner. Secara lengkap arti metode survei adalah penelitian mengambil sampel dari satu populasi dan menggunakan kuesioner sebagai alat pengumpulan data yang pokok. (Effendy, 2005).

Populasi dalam penelitian ini adalah siswa-siswi SD Negeri 02 & SD Negeri 03 Jatipuro kelas IV dan V yang masih aktif belajar disekolah dan menjadi penonton televisi. Alasan lain kenapa dipilih siswa-siswi kelas IV dan V adalah bahwa mereka merupakan khalayak dengan terpaan media yang cukup tinggi, mereka sudah tahu acara mana yang dapat memuaskan mereka dan mereka lebih mudah diarahkan untuk menjawab pertanyaan-pertanyaan dalam kuesioner. Populasinya adalah sebagai berikut ;

**Tabel 1**  
**Jumlah siswa-siswi kelas IV & V SD Negeri 02 dan SD Negeri 03 Jatipuro**  
**Tahun akademik 2016/2017**

Kelas	Jumlah
IV	43
V	47
Jumlah	90

Sumber : Data SD Negeri 02 dan SD Negeri 03 Jatipuro

Karena jumlah siswa kelas IV dan V keseluruhan adalah 90 orang, maka dari seluruh populasi diambil sampel dengan menggunakan rumus yamane, yaitu :

$$n = \frac{N}{N.(d^2) + 1}$$

Dimana n = Jumlah sampel

N = Jumlah populasi

D = Nilai presisi (dalam penelitian ini 5%)

1 = Bilangan konstan

Sehingga 
$$n = \frac{90}{90 \cdot (0.05^2) + 1}$$

$n = 73,4693878$  (jika dibulatkan menjadi **73**)  
 = jadi jumlah sampel adalah **73** anak

Teknik analisis Data menggunakan data yang sudah dikumpulkan dari penelitian survei kemudian disederhanakan kedalam bentuk kode. Penyederhanaan ini dilakukan secara manual dengan menggunakan *coding sheet*. Untuk perhitungan data statistiknya peneliti memakai rumus discrepancy dari palmgreen (Tufik, 2013)

$$D = \frac{\sum_{i \neq j} n_{i,j}}{\sum_{i \neq j} n_{i,i}}$$

Dimana D = discrepancy / kesenjangan

n = jumlah sampel

i = kepuasan yang dicari

j = kepuasan yang diperoleh

**dimana :  $i \neq j$**

Berdasarkan rumus tersebut dapat diketahui data kuantitatif tentang tingkat kesenjangan kepuasan pada masing-masing item kebutuhan dalam menonton program acara anak Adit Sopo & Jarwo di TransTV. Hasil perhitungannya untuk mengetahui prosentase tingkat kesenjangan kepuasan media dalam memuaskan responden berdasarkan item-item yang telah ditentukan. Indikator terjadinya kesenjangan kepuasan menurut Rui dan Stefanone (2016), adalah sebagai berikut:

1. Jika rata-rata skor GS lebih besar dari rata-rata skor GO ( $GS \geq GO$ ), maka terjadi kesenjangan kepuasan karena kebutuhan yang diinginkan lebih banyak dari yang dibutuhkan, maka media dianggap memuaskan khalayaknya.
2. Jika rata-rata skor GO sama dengan skor GS ( $GO=GS$ ), maka tidak terjadi kesenjangan kepuasan karena jumlah kebutuhan yang diinginkan semuanya terpenuhi.

3. Jika rata-rata skor GS lebih kecil dari rata-rata skor GO ( $GS \leq GO$ ), maka terjadi kesenjangan kepuasan karena kebutuhannya yang diperoleh lebih besar dibandingkan dengan kebutuhan yang diinginkan. Dengan kata lain bahwa media tersebut tidak memuaskan khalayaknya (Rui dan Stefanone, 2016)

Guna mengetahui tingkat kepuasan, peneliti membagi kategori tingkat kepuasan menjadi 3 kategori, yaitu tingkat kepuyasan tinggi, sedang, dan rendah. prosentase maksimal adalah 100%, maka selisih untuk tiap kategori adalah 33 (100% dibagi 3 kategori), tingkatanya sebagai berikut :

1. Tingkat kepuasan tinggi, yaitu apabila hasil pengurangannya (angka kepuasan) yang diperoleh berkisar antara 67% - 100%
2. Tingkat kepuasan sedang, yaitu apabila hasil pengurangannya (angka kepuasan) yang diperoleh berkisar antara 34% - 66%
3. Tingkat kepuasan rendah, yaitu apabila haris pengurangannya (angka kepuasan) yang diperoleh berkisar antara 0% - 34%

### 3. HASIL DAN PEMBAHASAN

#### 3.1. Analisa Deskriptif Discrepancy

Hasil yang didapat oleh peneliti menunjukkan bahwa terdapat kesenjangan antara *Gratification Sought* (GS) dengan *Gratification Obtained* (GO) pada indikator informasi, identitas pribadi, integritas dan interaksi sosial, dan hiburan, dengan data berupa tabel berikut:

**Tabel 2**

**Hasil Temuan Data Discrepancy Mean GS terhadap Mean GO  
berdasarkan Indikator Menonton Adit Sopo Jarwo**

Indikator		Kepuasan (Perolehan)	Value Discrepancy	Keterangan	Prosentase
Motif (Harapan)	<i>Mean Gratification Sought</i> (GS)	<i>Mean Gratification Obtained</i> (GO)			
Informasi	2,77	2,87	0,10	GS < GO	17,7%

Identitas Pribadi	3,10	3,14	0,04	GS < GO	0,6%
Integritas dan Interaksi Sosial	2,64	2,86	0,22	GS < GO	40%
Hiburan	2,73	2,78	0,08	GS < GO	14,5%
Jumlah	11,24	11,65			
Rata-rata	2,81	2,91			
Persentase	70,25	72,75			
Kategori	Tinggi	Tinggi			
Jumlah Prosestase Kategori					72,8%

Dari tabel 2 dapat diketahui bahwa indikator informasi menunjukkan terjadinya pemenuhan kebutuhan, disebabkan nilai *Mean* dari GS yang merupakan motif dalam menonton Adit Sopo Jarwo di kalangan siswa-siswi kelas IV dan V SD Negeri 02 & SD Negeri 03 Jatipuro, yakni 2,77 dengan frekuensi yang berpendapat Netral sebanyak 44 siswa siswi (62,9%) dan yang berpendapat Sesuai sebanyak 37 siswa siswi (50,7%), sedangkan nilai *Mean* dari GO yang merupakan kepuasan setelah menonton Adit Sopo Jarwo, yakni 2,87 dengan frekuensi yang berpendapat Sesuai sebanyak 46 siswa siswi (63%), berpendapat Tidak sesuai sebanyak 15 siswa siswi (20,5%) dan yang tetap berpendapat Sangat Sesuai sebanyak 8 siswa siswi (11%). Hal tersebut menjelaskan bahwa GS < GO dengan selisih nilai *Mean* 0,10

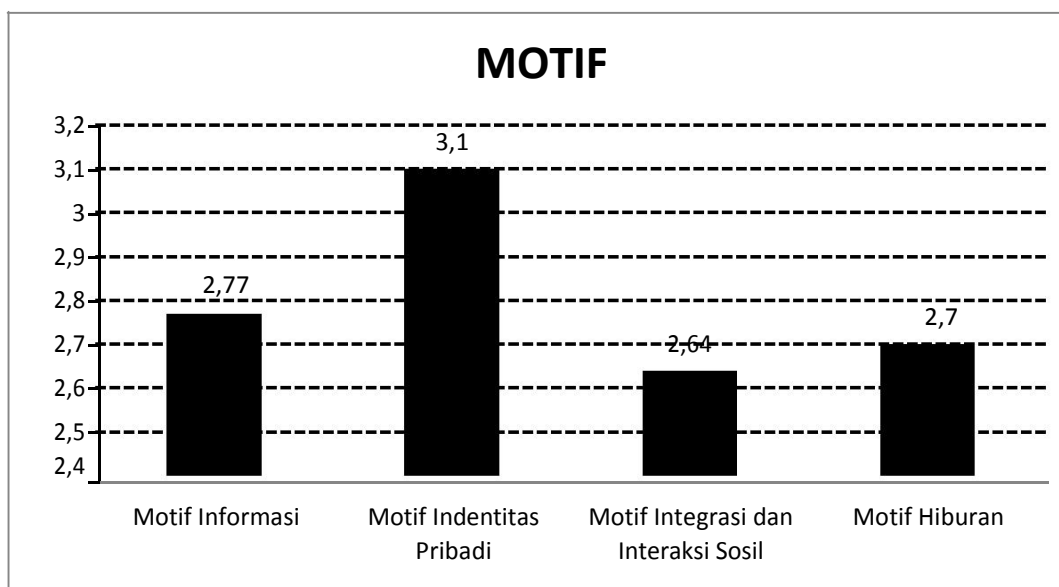
Berbeda pada indikator Identitas Pribadi, yang menunjukkan terjadi pemenuh kebutuhan dikarenakan nilai *Mean* dari GS yakni 3,10 dengan frekuensi yang berpendapat Netral sebanyak 49 siswa siswi (73,0%) dan yang berpendapat Sesuai sebanyak 21 siswa siswi (30,0%), sedangkan nilai *Mean* dari GO hanya 3,14 dengan frekuensi yang berpendapat Tidak Sesuai sebanyak 16 siswa siswi (22,9%), berpendapat Netral sebanyak 43 siswa siswi (61,4%) dan yang tetap berpendapat Sesuai sebanyak 11 siswa siswi (15,7%). Hal tersebut juga menjelaskan bahwa GS < GO dengan selisih nilai *Mean* 0,04.

Indikator integritas dan interaksi sosial juga menunjukkan hasil bahwa ada pemenuhan kebutuhan yang disebabkan oleh nilai *Mean* dari GS yaitu 3,02 dengan frekuensi yang berpendapat Netral sebanyak 62 siswa siswi (88,6%) dan yang berpendapat Sesuai sebanyak 8 siswa siswi (11,4%), sedangkan nilai *Mean* dari GO yakni 2,95 dengan frekuensi yang berpendapat Tidak Sesuai sebanyak 10 siswa siswi (14,3%), berpendapat Netral sebanyak 52 siswa siswi (74,3%) dan yang tetap berpendapat Sesuai sebanyak 8 siswa siswi (11,4%). Hal tersebut menjelaskan bahwa  $GS < GO$  dengan selisih nilai *Mean* 0,22.

Pada indikator Hiburan juga menunjukkan bahwa terjadi kepuasan yang merupakan pemenuhan kebutuhan. Hal ini disebabkan nilai *Mean* dari GS yaitu 3,08 dengan frekuensi yang berpendapat Netral sebanyak 63 siswa siswi (90,0%) dan yang berpendapat Sesuai sebanyak 7 siswa siswi (10,0%), sedangkan nilai *Mean* dari GO hanya 2,84 dengan frekuensi yang berpendapat Tidak Sesuai sebanyak 18 siswa siswi (25,7%), berpendapat Netral sebanyak 44 siswa siswi (62,9%) dan yang berpendapat Sesuai sebanyak 8 siswa siswi (11,4%)m, menjelaskan bahwa  $GS < GO$  dengan selisih nilai *Mean* 0,08.

### 3.2. Deskripsi Motif (*Gratification Sought*) saat Menonton Adit Sopo Jarwo

Dari hasil penelitian terhadap 73 responden merupakan motif dalam menonton Adit Sopo Jarwo di kalangan siswa-siswi kelas IV dan V SD Negeri 02 & SD Negeri 03 Jatipuro.



Nilai Mean dari Motif Siswa siswi

### **Setelah Siswa siswi Menonton Adit Sopo Jarwo**

Tingkat rasa keinginan (motif) tertinggi dimiliki oleh motif pencarian Informasi dengan nilai rata-rata 2,77. Dari 73 merupakan motif dalam menonton Adit Sopo Jarwo di kalangan siswa-siswi kelas IV dan V SD Negeri 02 & SD Negeri 03 Jatipuro, yang ada, mereka menggunakan menonton Adit Sopo Jarwo, sebagai salah satu cara yang dilakukan agar mereka dapat memperoleh pengetahuan berupa informasi mengenai hal-hal maupun isu yang sedang terjadi antara sesama siswa siswi, ataupun memperoleh informasi mengenai fenomena dan kejadian yang menarik disekitar lingkup merupakan motif dalam menonton Adit Sopo Jarwo di kalangan siswa-siswi kelas IV dan V SD Negeri 02 & SD Negeri 03 Jatipuro. Pada akhirnya, dari isi tayangan Adit Sopo Jarwo di kalangan siswa-siswi memperoleh berbagai macam masukan mengenai berbagai masalah riaklis, pendapat, dan hal-hal yang berkaitan dengan penentuan pilihan.

Motif (keinginan) kedua yang juga memiliki nilai rata-rata dari keempat motif lainnya ialah motif Identitas Pribadi dengan nilai rata-rata 3,1. Motif ini juga menjadi motif yang peminatnya tinggi, mengingat menurut 73 responden yang ada, pemahaman mengenai diri sendiri agar menyelaraskan diri dengan nilai-nilai budaya dilingkungan kerja sebagai inspirasi untuk penunjang perbaikan nilai berkepribadian juga merupakan kebutuhan utama mereka. Sehingga ketika menonton Adit Sopo Jarwo menyajikan topik-topik mengenai kebaikan, kejujuran, tolong menolong pada siswa siswi dalam kehidupan sehari-hari, hal tersebut menjadi sebuah perhatian untuk merubah pola pikir atau bagaimana cara siswa siswi dalam berperilaku sehari-hari.

Pada motif (keinginan) ketiga yakni motif Integritas dan Interaksi Sosial, motif ini ternyata termasuk motif yang memiliki nilai rata-rata lebih rendah dari ketiga motif lainnya. Dengan nilai rata-rata hanya 2,64 menjadikan motif Integritas dan Interaksi Sosial kurang diminati oleh sebagian besar siswa siswi. Berdasarkan pendapat dari 73 responden yang seluruhnya adalah siswa siswi kelas IV dan V SD Negeri 02 & SD Negeri 03 Jatipuro, tayangan Adit Sopo Jarwo digunakan untuk dapat memenuhi kebutuhan emosional maupun intelektual; siswa siswi melalui kegiatan saling berinteraksi dengan rekan kerjanya. Hal ini

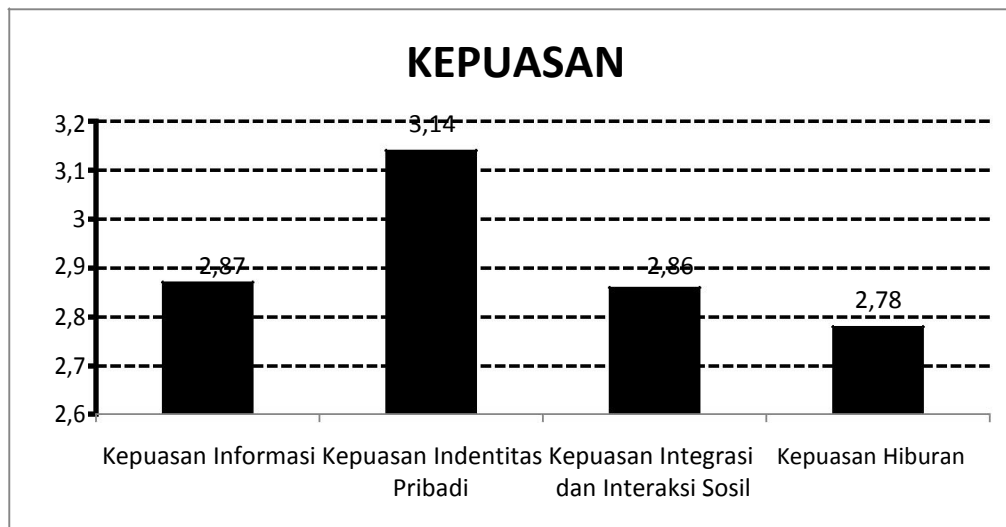
dimaksudkan agar siswa siswi bisa menghubungkan diri dengan lingkungan sekitar dan mempertahankan hubungan tersebut. Walaupun hanya ada delapan siswa siswi yang berpendapat Sesuai dengan motif ini untuk sekedar menemukan topik-topik pembicaraan baru dengan rekan-rekan di kantor dengan berbagi informasi mengenai peristiwa yang terjadi.

Begitu pula dengan motif (keinginan) keempat yaitu motif Hiburan, motif ini juga memiliki motif yang peminatnya relatif sedang, yakni memiliki nilai rata-rata sebanyak 2,7. Bagi siswa siswi, media cetak seperti majalah, tabloid, koran, dan lain sebagainya memang sering memberikan berita yang menarik, unik dan bisa menghibur, maka dari itu, dengan harapan yang sama terhadap tontonan Adit Sopo Jarwo, siswa siswi percaya tontonan Adit Sopo Jarwo mampu memberikan relaksasi dan kenyamanan saat melepas penat dan rutinitas. Walaupun hanya ada 7 siswa siswi dari responden yang berpendapat Sesuai dengan motif ini untuk sekedar mengurangi rasa bosan ketika waktu luang dalam memilih tayang televisi.

Hasil penelitian motif identitas pribadi paling tinggi dibandingkan tiga motif lainnya berhubungan dengan dengan pribadi responden berdasarkan jenis kelamin. responden perempuan dalam menonton tayang Adit Sopo Jarwo lebih banyak dibandingkan laki-laki. Hal ini sesuai penelitian yang dilakukan oleh York (2017) bahwa perempuan cenderung memiliki motif lebih tinggi untuk menonton televisi dibandingkan laki-laki.

### **3.3. Deskripsi Kepuasan (*Gratification Obtained*) Menonton Adit Sopo Jarwo**

Dari hasil penelitian terhadap 73 responden siswa siswi kelas IV dan V SD Negeri 02 & SD Negeri 03 Jatipuro.



**Nilai Mean dari Kepuasan Siswa siswi  
Setelah Siswa siswi Menonton Adit Sopo Jarwo**

Dapat di lihat pada diagram diatas menunjukkan bahwa tingkat rasa kepuasan pada indikator informasi memiliki nilai rata-rata hanya 2,87, sedangkan (motif) dari indikator informasi sendiri memiliki nilai yang lebih tinggi, yakni dengan nilai rata-rata 2,77 artinya tontonan Adit Sopo, Jarwao diasumsikan belum bisa memenuhi kepuasan siswa siswi dalam hal informasi yaitu ingin agar mereka dapat memperoleh pengetahuan berupa informasi mengenai hal-hal maupun isu yang sedang terjadi antar sesama siswa siswi, maupun memperoleh informasi mengenai fenomena dan kejadian menarik di sekitar lingkup siswa siswi kelas IV dan V SD Negeri 02 & SD Negeri 03 Jatipuro,. Hal ini terkait dengan tidak ada rasa kedekatan (*proximity*) ataupun ketertarikan oleh para siswa siswi kelas IV dan V SD Negeri 02 & SD Negeri 03 Jatipuro terhadap tontonan Adit Sopo Jarwo.

Pada diagram diatas menunjukkan bahwa tingkat rasa kepuasan pada indikator identitas pribadi memiliki nilai rata-rata hanya 3,14, sedangkan (motif) dari indikator identitas pribadi sendiri memiliki nilai yang lebih tinggi, yakni dengan nilai rata-rata 3,1. Artinya tontonan Adit Sopo Jarwo diasumsikan belum bisa memenuhi kepuasan siswa siswi dalam hal identitas pribadi, yakni untuk merubah pola pikir atau bagaimana cara mereka bertindak agar berpikir lebih cepat dan kreatif maupun memberi bekal siswa siswi untuk memperkuat opini dan mengeluarkan pendapat agar bisa mempengaruhi orang lain. Hal ini dapat



dikaitkan dengan sedikitnya tontonan Adit Sopo Jarwo yang menyajikan tentang hal-hal yang memotivasi siswa siswi agar dapat berpikir secara kreatif.

Diagram diatas juga menunjukkan bahwa tingkat rasa kepuasan pada indikator integritas dan interaksi sosial memiliki nilai rata-rata hanya 2,86, sedangkan (motif) dari indikator integritas dan interaksi sosial sendiri memiliki nilai yang lebih rendah, yakni dengan nilai rata-rata 2,64. Artinya tontonan Adit Sopo Jarwo diasumsikan belum bisa memenuhi kepuasan siswa siswi, hal tersebut dapat terjadi dikarenakan sebagian besar siswa siswi berpendapat bahwa dalam hal interaksi maupun menciptakan rasa simpati dan empati terhadap sesama siswa siswi, mereka sama sekali tidak membutuhkan bantuan media. Kehidupan siswa siswi yang cenderung memiliki rasa kekeluargaan antar sesama siswa siswi, akan menciptakan rasa aman, nyaman, bahkan menciptakan rasa bahagia. Maka dari itu, hal tersebut dirasa sudah cukup sebagai alasan agar selalu berinteraksi kepada antar siswa siswi.

Indikator hiburan juga dijelaskan pada diagram di atas, yang menunjukkan bahwa tingkat rasa kepuasan pada indikator hiburan memiliki nilai rata-rata hanya 2,78, sedangkan (motif) dari indikator hiburan sendiri memiliki nilai yang lebih tinggi, yakni dengan nilai rata-rata 2,7. Artinya tontonan Adit Sopo Jarwo diasumsikan belum bisa memenuhi kepuasan siswa siswi, karena tidak demikian ketika siswa siswi IV dan V SD Negeri 02 & SD Negeri 03 Jatipuro melihat tontonan Adit Sopo Jarwo

Sebagai media untuk mencari hiburan, maupun sebagai pelepas penat dari rutinitas di kantor. Untuk hal-hal yang bersifat hiburan, sebagai besar siswa siswi memilih cara lain untuk mendapatkan hiburan, ataupun sekedar menonton televisi di kantor. Hal tersebutlah yang jelas nilai rata-rata kepuasan dari indikator hiburan sendiri lebih rendah dibandingkan dengan ketiga indikator sebelumnya.

### **3.4. Deskripsi Kesenjangan Motif dan Kepuasan dalam Menonton Adit Sopo Jarwo**

Salah satu cara mengukur tingkat kepuasan para siswa siswi dalam memenuhi harapan penonton, yakni dengan melihat bagaimana kesenjangan (*gap*) antara motif siswa siswi dengan apa yang diinginkan oleh siswa siswi saat melihat tayangan Adit Sopo Jarwo. Dengan melihat nilai kesenjangan yang didapat dari

menghitung selisih nilai rata-rata dari motif (GS) kepada kepuasan (GO), maka hasilnya nanti dapat menjelaskan seberapa besar jarak kesenjangan antara kedua variabel.

Dari hasil penelitian terhadap 73 responden, gambaran mengenai motif dan kepuasan siswa siswi dalam melihat tayangan Adit Sopo Jarwo bisa dikatakan telah memenuhi kepuasan siswa siswi dalam pemuas kebutuhan. Nilai kesenjangan semakin mendekati angka nol (0) atau nilai mean  $GS < GO$ , maka dapat diartikan tingkat kepuasan yang dimiliki semakin tinggi (Nugroho & Purnomo, 2013). Mulyana (2011) dalam Samantha (2016) mengatakan bahwa manusia melakukan proses komunikasi untuk menunjukkan dirinya eksis, sebagai salah satu pernyataan eksistensi dirinya. Dengan demikian motif keinginan siswa siswi SD Negeri 02 & SD Negeri 03 Jatipuro dalam menonton Adit Sopo Jarwo dapat mempengaruhi tingkat kepuasan subjek, sehingga tontonan Adit Sopo Jarwo dapat dijadikan sebagai teladan dalam kehidupan sehari-hari

Berdasarkan data hasil penelitian pada diagram di atas, menunjukkan bahwa angka kesenjangan antara motif dan melihat tayangan Adit Sopo Jarwo oleh siswa siswi IV dan V SD Negeri 02 & SD Negeri 03 Jatipuro melihat tontonan Adit Sopo Jarwo, memperoleh hasil presentase dengan tingkat kesenjangan antara motif dan kepuasan dalam menonton Adit Sopo Jarwo dilihat dari indikator informasi memperoleh nilai presentase kesenjangan sebesar 43%. Maka hal ini dapat disimpulkan bahwa tidak ada pemenuh kebutuhan informasi dalam bentuk pemuas rasa ingin tahu dan perolehan rasa damai pada siswa siswi siswa siswi IV dan V SD Negeri 02 & SD Negeri 03 Jatipuro melihat tontonan Adit Sopo Jarwo. Tingkat kesenjangan antara motif dan kepuasan menonton Adit Sopo Jarwo oleh siswa siswi IV dan V SD Negeri 02 & SD Negeri 03 Jatipuro, dilihat dari indikator Identitas Pribadi memperoleh nilai persentase kesenjangan sebesar 32%. Maka hal ini dapat disimpulkan bahwa tidak adanya pemenuh kebutuhan identitas pribadi dalam bentuk lebih cepat berpikir kreatif, penunjang nilai kepribadian dan beropini untuk memengaruhi orang lain pada siswa siswi IV dan V SD Negeri 02 & SD Negeri 02 Jatipuro.

Tingkat kesenjangan antara motif dan kepuasan menonton Adit Sopo Jarwo oleh siswa siswi IV dan V SD Negeri 02 & SD Negeri 03 Jatipuro, dilihat dari

indikator Integritas dan Interaksi Sosial memperoleh nilai persentase kesenjangan sebesar 6%. Walaupun indikator integritas dan Interaksi Sosial memiliki nilai kesenjangan yang rendah atau hampir mencapai nilai kepuasan, tetapi saja disimpulkan bahwa tidak terjadinya pemenuh kebutuhan akan integritas dan interaksi sosial dalam bentuk menemukan topik pembicaraan, menjalankan peran sosial dengan berbagai informasi atau memulai pembicaraan pada siswa siswi IV dan V SD Negeri 02 & SD Negeri 03 Jatipuro.

Tingkat kesenjangan antara motif dan kepuasan menonton Adit Sopo Jarwo oleh siswa siswi IV dan V SD Negeri 02 & SD Negeri 03 Jatipuro, dilihat dari Indikator Hiburan memperoleh nilai persentase kesenjangan sebesar 18%. Maka juga dapat ditarik kesimpulan bahwa tidak ada, pemenuh kebutuhan akan hiburan dalam bentuk mengurangi rasa bosan, menyalurkan hobi bahkan membuat rikes dari masalah pada siswa siswi IV dan V SD Negeri 02 & SD Negeri 03 Jatipuro.

Secara keseluruhan tingkat kesenjangan motif dan kepuasan siswa siswi dalam menonton Adit Sopo Jarwo diperoleh persentase sebesar 72,8% termasuk kategori tinggi. Tingginya tingkat kesenjangan kepuasan tinggi karena kebutuhan yang diperoleh lebih banyak dibandingkan dengan kebutuhan yang diinginkan, maka media dianggap memuaskan khalayaknya. Pada motif integrasi dan interaksi sosial serta motif pencarian hiburan, hal ini ternyata bukan termasuk motif yang mencapai titik kepuasan. Hal ini dapat terjadi mengingat tayangan televisi untuk anak-anak produksi dalam negeri sangat jarang. Adanya tayangan Adit Sopo Jarwo yang memiliki kelebihan pada cerita yang menarik dan mudah dipahami membuat siswa SD merasakan puas dengan tontonan Adit Sopo Jarwo. Rasa puas siswa menonton Adit Sopo Jarwo, selanjutnya banyak siswa menjadikan teladan untuk tokoh-tokoh tertentu seperti pada Adit dan tokoh Jarwo yang menjengkelkan tetapi membikin tertawa dapat dijadikan hiburan.

#### **4. PENUTUP**

Berdasarkan hasil penelitian tentang motif dan kepuasan dalam menonton tayangan Adit Sopo Jarwo pada siswa siswi IV dan V SD Negeri 02 & SD Negeri 03 Jatipuro dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

Berdasarkan hasil secara keseluruhan dapat diketahui bahwa rata-rata tingkat motif siswa SD Negeri 02 & SD Negeri 03 Jatipuro dalam menonton tayangan Adit Sopo Jarwo di Trans7 adalah termasuk kategori tinggi (70,25%) dengan motif identitas pribadi dengan hasil 3,10 sebagai motif yang paling tinggi.

Berdasarkan hasil secara keseluruhan dapat diketahui bahwa rata-rata tingkat kepuasan siswa siswi IV dan V SD Negeri 02 & SD Negeri 03 Jatipuro dalam menonton tayangan Adit Sopo Jarwo di Trans7 adalah termasuk kategori tinggi (72,75%) dengan kepuasan identitas pribadi dengan hasil 3,14 sebagai faktor yang paling tinggi.

Hasil keseluruhan tingkat kesenjangan motif dan kepuasan siswa siswi dalam menonton Adit Sopo Jarwo diperoleh persentase sebesar 72,8% termasuk kategori tinggi. Tingginya tingkat kesenjangan kepuasan tinggi karena kebutuhan yang diperoleh lebih banyak dibandingkan dengan kebutuhan yang diinginkan, maka media dianggap memuaskan khalayaknya. Hal ini menunjukkan adanya keseimbangan antara motif dan kepuasan yang dirasakan oleh siswa SD Negeri 02 & SD Negeri 03 Jatipuro dalam menonton tayangan Adit Sopo Jarwo di Trans7.

Bagi Program Acara Film Kartun Adit Sopo Jarwo disarankan untuk mempertahankan eksistensinya dalam persaingan media massa yang semakin ketat khususnya dalam program anak-anak dan produser harus menekankan pada aspek pendidikan dan hiburan, karena tayangan Adit Sopo Jarwo memberikan kepuasan dalam aspek hiburan dan teladan bagi anak-anak. Bagi Peneliti selanjutnya hasil penelitian ini dapat dijadikan pijakan bagi pengembangan penelitian selanjutnya dengan menambahkan faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan penonton tayangan televisi, sehingga diketahui faktor apakah yang paling dominan berhubungan dengan kepuasan penonton tayangan televisi oleh masyarakat.

## **PERSANTUNAN**

Karya Jurnal yang sederhana ini, penulis persembahkan kepada;

1. Penulis mengucapkan syukur dan Alhamdulillah kepada **Allah SWT** atas rahmad dan berkatnya kepada saya sehingga saya bisa menyelesaikan Karya Jurnal ini dengan baik.

2. Terimakasih banyak kepada **Bapak Agus Triyono, S.Sos, M.Si** selaku dosen pembimbing yang sudah sabar membimbing, memberikan masukan, saran arahan serta meluangkan waktunya untuk penulis menyelesaikan karya ilmiah ini.
3. Terimakasih kepada semua **guru-guru dan siswa-siswi SD Negeri 02 dan SD Negeri 03 Jatipuro** yang telah membantu dan memberi izin untuk menyelesaikan penelitian ini.
4. Terimakasih banyak kepada seluruh **Keluarga Tercinta, Ibu, Bapak, Adik**, atas segala dukungan dan do'anya yang tak henti mereka curahkan untuk saya.
5. Tak lupa banyak terimakasih untuk **Kekasih, Teman-Teman seperjuangan dan Sahabat-Sahabat saya di rumah** atas segala bentuk motivasi, dukungan, dan kebersamaanya.
6. Terimakasih untuk **berbagai pihak** yang sudah membantu penulis dalam menyelesaikan karya jurnal ini dan diharapkan dapat memberi manfaat kepada yang membaca.

## DAFTAR PUSTAKA

- Baran, Stanley J. 2012. *Pengantar Komunikasi Massa Melek Media dan Budaya*. Jakarta: Erlangga.
- Cavalcanti, Luiz Henrique., Pinto, Alita., Brubaker, Jed., dan Dombrowski, Lynn. 2017. Media, Meaning, and Context Loss in Ephemeral Communication Platforms: A Qualitative Investigation of Snapchat. *Journal Session: On Mental Models & Collaboration*. page. 1933-1945.
- Edwards, Francine. 2017. An Investigation of Attention-Seeking Behavior through Social Media Post Framing. *Athens Journal of Mass Media and Communications*. Page. 25-44.
- Effendi, Onong Uchjana. 2005. *Ilmu, Teori dan Filsafat Komunikasi*. Bandung: Citra Aditya Bakti.
- Kriyantono, Rachmat. 2008. *Teknik Praktis Riset komunikasi*. Jakarta: Kencana
- McQuail, Denis. 2002. *Mass Communication Theory*. Jakarta: Erlangga
- Nugroho, T.A. dan Purnomo, D. 2012. Motif dan Kepuasan Mahasiswa dalam Program Kick Andy (Analisis Teori Uses and Gratification pada Mahasiswa FISKOM UKSW). *Cakrawala Jurnal Penelitian*. Vol. II (1693-6248).

- Nurudin. 2007. *Pengantar Komunikasi Massa*. Jakarta: Raja Gafindo Persada.
- Purworini, Dian. 2014. Model Informasi Publik Di Era Media Sosial: Kajian Grounded Teori Di Pemda Sukoharjo. *KomuniTi*, Vol. VI, No. 1. Hal. 3-14.
- Rakhmat, Jalaluddin. 2003. *Metode Penelitian Komunikasi*. Bandung: Rosdakarya.
- Ranzini, G., dan Lutz, C. 2017. Love at first swipe ? Explaining tinder self-presentation and motives. *Mobile Media & Communication*. 5(1), 80-101.
- Rui, Jian Raymond dan Stefanone, Michael A. 2016. The Desire for Fame: An Extension of Uses and Gratifications Theory. *Communication Studies*. Vol. 00, No. 00, pp. 1–20
- Samantha, M.L. 2016. Kepuasan Pelanggan Dalam Membaca Majalah Surabaya City Guide. *Jurnal E-Komunikasi*. Vol. 4 (1), 1-12.
- Santoso, Bend Abidin. 2016. Peran Media Massa dalam Konflik Budaya di Indonesia : Sebuah Alternatif Solusi? *Prosiding Seminar Nasional: Sastra, Budaya, dan Perubahan Sosial*. Hal. 356-364.
- Urista, Mark A., Dong, Qingwen, dan Day, Kenneth D. 2008. Explaining Why Young Adults Use MySpace and Facebook Through Uses and Gratifications Theory. *Human Communication*. Vol. 12, No. 2, pp.215 - 229.
- Valkenburg, Patti M. dan Piotrowski, Jessica Taylor. 2017. *Plugged In How Media Attract and Affect Youth*. Londong: Yale University Press.
- York, Chance. 2017. A regression approach to testing genetic influence on communication behavior: Social media use as an example. *Computers in Human Behavior*. Page. 100-109